

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP MAKANAN BUKA PUASA DI PASAR KAGET RAMADHAN
LEMBAH UGM 2019**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta untuk Memenuhi
Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Kependidikan



Oleh :

Siti Noor Fatihah Ngudi Setyani

NIM. 12511244032

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP MAKANAN BUKA PUASA DI PASAR KAGET RAMADHAN
LEMBAH UGM 2019

Disusun Oleh:

Siti Noor Fatimah Ngudi Setyani

NIM. 12511244032

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan Ujian
Akhir Tugas Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, Juli 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Teknik Boga,



Dr. Mutiara Nugraheni

NIP. 19770131 200212 2 001

Disetujui,
Dosen Pembimbing,



Dr. Mutiara Nugraheni

NIP. 19770131 200212 2 001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Noor Fatihah Ngudi Setyani

NIM : 12511244032

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFRENSI
KONSUMEN TERHADAP MAKANAN BUKA PUASA DI
PASAR KAGET RAMADHAN LEMBAH UGM 2019

menyatakan bahwa Tugas Akhir Skripsi ini hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya yang telah lazim.

Yogyakarta, Juli 2019

Yang Menyatakan,



Siti Noor Fatihah Ngudi Setyani

NIM. 12511244032

HALAMAN PENGESAHAN
Tugas Akhir Skripsi

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP MAKANAN BUKA PUASA DI PASAR KAGET
RAMADHAN LEMBAH UGM 2019**


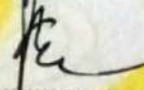
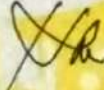
Disusun Oleh:

Siti Noor Fatihah Ngudi Setyani

NIM. 12511244032

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta pada
Tanggal Agustus 2019

TIM PENGUJI

Nama/Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Mutiara Nugraheni Ketua Penguji/Pembimbing		29 JULI 2019
Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd Sekretaris		29 JULI 2019
Sutriyati Purwanti, M.Si Penguji		29 JULI 2019

Yogyakarta, Agustus 2019

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta,
Dekan,


Dr. Ir. Drs. Widarto, M.Pd.
NIP. 19631230 198812 1 001

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai dari suatu urusan, tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain.

(Q.S Al Insyirah: 6-7)

...Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sebelum mereka mengubahnya sendiri...

(Q.S Ar-Ra'd : 11)

Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar.

(Q.S Al Baqarah : 153)

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas segala rahmat dan rencana indahNya Tugas Akhir Skripsi Ini Saya Persembahkan Untuk ...

- 1. Kedua orang tua ku Mama Sri Sugiarti dan Bapak Iksan Mufroil atas doa yang tiada henti dan motivasi, dorongan moral dan materil yang tanpa akhir*
- 2. Kelima kakak ku Mba Fatim atas segala mutiara nasihatnya, Mas Hasan, Mas Husen dan Mas Halim atas bantuan materinya, Mba Nova atas segala dorongan semangatnya*
- 3. Sobat-sobatku Mila pemasok logistikku, A'ah pembimbing bayanganku, Defi pembimbing akademikku, Ghassa yang selalu disampingku, Mei penyalur energi positifku, Witi pendengar setiaku*
- 4. Almamaterku UNY atas pelajaran dan pengalaman yang diberikan*

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MAKANAN BUKA PUASA DI PASAR KAGET RAMADHAN LEMBAH UGM 2019

ABSTRAK

Siti Noor Fatimah Ngudi Setyani

NIM. 12511244032

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui karakteristik konsumen di Pasar Kaget Lembah UGM 2019; 2) mengetahui faktor internal yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap makanan yang dijual di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 yang meliputi: fisiologis dan psikologis; 3) mengetahui faktor internal yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap makanan yang dijual di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 yang meliputi: aspek keluarga, kelas sosial, kebudayaan, kelompok referensi, karakteristik sensorik (warna, aroma, rasa, tekstur)

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Populasi sebanyak 19738 orang. Sampel sebanyak 367 orang dibagi secara proporsional pada masing-masing kategori. Kategori makanan pokok 10 orang, kategori makanan sepinggan 29 orang, kategori makanan jajanan dan kudapan 268 orang dan kategori minuman 60 orang. Data dikumpulkan dan dievaluasi secara deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian dilaksanakan di Pasar Kaget Lembah UGM yang terbentang dari bagian depan Fakultas Teknik UNY hingga Lembah UGM dan Masjid kampus UGM pada Bulan April hingga Mei 2019.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) karakteristik responden atau konsumen sebanyak di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 adalah berusia 20-30 tahun (55,6%), berjenis kelamin perempuan (62%), dengan daerah asal Provinsi D.I Yogyakarta (42%) dan berpenghasilan kurang dari Rp 1.800.000 (89,6%); 2) faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap makanan yang dijual di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 ditinjau dari faktor internal berada dalam kategori tinggi (82%) yang meliputi aspek fisiologis berada dalam kategori tinggi (76,4%) dan aspek psikologis berada dalam kategori tinggi (86,3%). Hal ini berarti bahwa preferensi konsumen terhadap makanan berbuka yang dijual di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 dipengaruhi oleh faktor internal yang bersumber dari fisiologis dan psikologis responden; 3) faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap makanan yang dijual di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 ditinjau dari faktor eksternal berada dalam kategori tinggi (79%) yang meliputi aspek keluarga dalam kategori tinggi (72,25%), aspek kelas sosial dalam kategori tinggi (80,25%), aspek budaya dalam kategori tinggi (88,75%), aspek kelompok referensi dalam kategori tinggi (82,25%), dan aspek karakteristik sensorik dalam kategori tinggi (66,75%). Hal ini berarti bahwa preferensi konsumen terhadap makanan berbuka yang dijual di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 dipengaruhi oleh faktor eksternal yang bersumber dari keluarga, kelas sosial, kebudayaan, kelompok referensi dan karakteristik sensorik.

Kata Kunci: Preferensi, Konsumen, Makanan

FACTORS THAT INFLUENCE THE CONSUMER PREFERENCE OF FAST BREAK FOOD IN RAMADHAN SEASONAL MARKET OF LEMBAH UGM 2019

ABSTRACT

Siti Noor Fatihah Ngudi Setyani
Std No. 12511244032

This research study aimed to: 1) find out characteristics of the most respondents or consumers in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM 2019; 2) know the internal factors that influence consumer preferences for food sold in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM 2019 which included: physiological and psychological; 2) know the external factors that influence consumer preferences for food sold in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM 2019 which include: aspects of family, social classes, culture, reference groups, sensory characteristics (color, aroma, taste, texture).

This was survey research. Data were collected and evaluated descriptively through a quantitative approach. The research was conducted in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM 2019 which stretched from the front of the Faculty of Engineering of Yogyakarta State University to Lembah UGM and the UGM campus Mosque in 1440 H Ramadhan or May 2019.

The results showed that 1) the characteristics of the most respondents or consumers in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM 2019 are aged 20-30 years (55.6%), female (62%), from Special Region of Yogyakarta Province (42%) and earning less than Rp 1,800 .000 (89.6%) in a month; 2) internal factors that influenced consumer preferences for food sold in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM were in the high category (82%) which included physiological aspects in the high category (76.4%) and psychological aspects in the high category (86.3%). It means that consumer preferences for fast break food sold in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM 2019 were influenced by internal factors originating from the physiological and psychological aspects of respondents; 3) external factors that influenced consumer preferences for food sold in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM 2019 were in the high category (79%) which included family aspects in the high category (72.25%), social class aspects in the high category (80.25%), cultural aspects in the high category (88.75%), aspects of the reference group in the high category (82.25%), and sensory characteristics aspects in the high category (66.75%). It could be concluded that consumer preferences for fast break food sold in Ramadhan Seasonal Market of Lembah UGM 2019 were influenced by external factors originating from families, social classes, culture, reference groups and sensory characteristics.

Keywords: Preferences, Consumers, Food

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Makanan Buka Puasa di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Mutiara Nugraheni, selaku Dosen Pembimbing TAS dan Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga Busana, Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Boga yang telah memberikan semangat, dorongan dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd selaku Sekretaris, yang memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap TAS ini.
3. Sutriyati Purwanti, M.Si selaku Penguji Utama yang memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap TAS ini beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya TAS ini.
4. Dr. Widarto, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
5. Pak Ape selaku ketua Ngabuburit Pasar Kaget Lembah UGM 2019 yang telah memberi izin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi

6. Para pedagang dan konsumen di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019 yang telah memperlancar pengambilan data selama proses penelitian Tugas Akhir Skripsi
7. Semua Pihak yang secara langsung dan tidak langsung yang tidak dapat disebutkan disini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 29 Juli 2019

Penulis,



Siti Noor Fatimah Ngudi Setyani

NIM. 125112440032

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori.....	8
1. Perilaku Konsumen	8
2. Konsumen	9
3. Perilaku Konsumsi Saat Ramadhan	10
4. Preferensi Konsumen	12
5. Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi	16
6. Makanan	23
7. Pasar	32
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	37
C. Kerangka Pikir	40
D. Pertanyaan Penelitian Hipotesis	41
 BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis atau Desain Penelitian	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel.....	44
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	47
E. Teknik dan Instrumen Penelitian	48
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	49
1. Uji Validitas Instrumen	50

2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	50
G. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASL DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil.....	54
1. Karakteristik Responden	54
2. Deskripsi Data Penelitian	59
B. Pembahasan.....	156
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	157
A. Kesimpulan	157
B. Saran	158
DAFTAR PUSTAKA.....	159
LAMPIRAN	163

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Jenis Makanan Berbuka Pasar Kaget Lembah UGM 2019.....	35
Tabel 2. Distribusi Populasi Penjual dan Pembeli di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019	44
Tabel 3. Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian	49
Tabel 4. Skor Penilaian Jawaban	52
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasar Usia	54
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	56
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasar Daerah Asal	57
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasar Uang Saku Perbulan	58
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Faktor Internal Kategori Makanan Pokok	61
Tabel 10. Kategorisasi Faktor Internal Kategori Makanan Pokok	62
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Pokok	64
Tabel 12. Kategorisasi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Pokok	64
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Pokok	66
Tabel 14. Kategorisasi Aspek Psikologis Kategori Makanan Pokok	67
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Faktor Internal Kategori Makanan Sepinggaaan ..	69
Tabel 16. Kategorisasi Faktor Internal Kategori Makanan Sepinggaaan	69
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Sepinggaaan ..	72
Tabel 18. Kategorisasi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Sepinggaaan	72
Tabel 19. Distribusi Frekuensi Aspek Psikologis Kategori Makanan Sepinggaaan ..	74
Tabel 20. Kategorisasi Aspek Psikologis Kategori Makanan Sepinggaaan	75
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Faktor Internal Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	77
Tabel 22. Kategorisasi Faktor Internal Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	78
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	80
Tabel 24. Kategorisasi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	81
Tabel 25. Distribusi Frekuensi Aspek Psikologis Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	83
Tabel 26. Kategorisasi Aspek Psikologis Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	83
Tabel 27. Distribusi Frekuensi Faktor Internal Kategori Minuman	85
Tabel 28. Kategorisasi Faktor Internal Kategori Minuman	86
Tabel 29. Distribusi Frekuensi Aspek Fisiologis Kategori Minuman	88
Tabel 30. Kategorisasi Aspek Fisiologis Kategori Minuman	89
Tabel 31. Distribusi Frekuensi Aspek Psikologis Kategori Minuman	91
Tabel 32. Kategorisasi Aspek Psikologis Kategori Minuman	91
Tabel 33. Distribusi Frekuensi Faktor Eksternal Kategori Makanan Pokok	93
Tabel 34. Kategorisasi Faktor Eksternal Kategori Makanan Pokok	94
Tabel 35. Distribusi Frekuensi Aspek Keluarga Kategori Makanan Pokok	96
Tabel 36. Kategorisasi Aspek Keluarga Kategori Makanan Pokok	97

Tabel 37. Distribusi Frekuensi Aspek Kelas Sosial Kategori Makanan Pokok	.99
Tabel 38. Kategorisasi Aspek Kelas sosial Kategori Makanan Pokok	99
Tabel 39. Distribusi Frekuensi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Pokok	101
Tabel 40. Kategorisasi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Pokok	102
Tabel 41. Distribusi Frekuensi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Pokok	104
Tabel 42. Kategorisasi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Pokok	104
Tabel 43. Distribusi Frekuensi Aspek Karakteristik Sensoris Kategori Makanan Pokok	106
Tabel 44. Kategorisasi Aspek Karakteristik sensorik Kategori Makanan Pokok	107
Tabel 45. Distribusi Frekuensi Faktor Eksternal Kategori Makanan Sepinggu	109
Tabel 46. Kategorisasi Faktor Eksternal Kategori Makanan Sepinggu	110
Tabel 47. Distribusi Frekuensi Aspek Keluarga Kategori Makanan Sepinggu	112
Tabel 48. Kategorisasi Aspek Keluarga Kategori Makanan Sepinggu	112
Tabel 49. Distribusi Frekuensi Aspek Kelas Sosial Kategori Makanan Sepinggu	114
Tabel 50. Kategorisasi Aspek Kelas sosial Kategori Makanan Sepinggu	115
Tabel 51. Distribusi Frekuensi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Sepinggu	117
Tabel 52. Kategorisasi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Sepinggu	117
Tabel 53. Distribusi Frekuensi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Sepinggu	119
Tabel 54. Kategorisasi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Sepinggu	120
Tabel 55. Distribusi Frekuensi Aspek Karakteristik Sensoris Kategori Makanan Sepinggu	122
Tabel 56. Kategorisasi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Makanan Sepinggu	122
Tabel 57. Distribusi Frekuensi Faktor Eksternal Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	124
Tabel 58. Kategorisasi Faktor Eksternal Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	125
Tabel 59. Distribusi Frekuensi Aspek Keluarga Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	127
Tabel 60. Kategorisasi Aspek Keluarga Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	128
Tabel 61. Distribusi Frekuensi Aspek Kelas Sosial Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	130
Tabel 62. Kategorisasi Aspek Kelas sosial Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	130
Tabel 63. Distribusi Frekuensi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	132

Tabel 64. Kategorisasi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	133
Tabel 65. Distribusi Frekuensi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	135
Tabel 66. Kategorisasi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	136
Tabel 67. Distribusi Frekuensi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	138
Tabel 68. Kategorisasi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	138
Tabel 69. Distribusi Frekuensi Faktor Eksternal Kategori Minuman.....	140
Tabel 70. Kategorisasi Faktor Eksternal Kategori Minuman.....	141
Tabel 71. Distribusi Frekuensi Aspek Keluarga Kategori Minuman	143
Tabel 72. Kategorisasi Aspek Keluarga Kategori Minuman	144
Tabel 73. Distribusi Frekuensi Aspek Kelas Sosial Kategori Minuman	146
Tabel 74. Kategorisasi Aspek Kelas sosial Kategori Minuman	146
Tabel 75. Distribusi Frekuensi Aspek Kebudayaan Kategori Minuman	148
Tabel 76. Kategorisasi Aspek Kebudayaan Kategori Minuman	149
Tabel 77. Distribusi Frekuensi Aspek Kelompok Referensi Kategori Minuman	151
Tabel 78. Kategorisasi Aspek Kelompok Referensi Kategori Minuman.....	151
Tabel 79. Distribusi Frekuensi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Minuman	153
Tabel 80. Kategorisasi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Minuman	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Presentase Jenis Makanan yang Dijual di Pasar Kaget Ramadhan Lembah UGM 2019	36
Gambar 2. Kerangka Berpikir	40
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasar Usia	55
Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	56
Gambar 5. Karakteristik responden Berdasar Daerah Asal.....	57
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasar Penghasilan atau Uang Saku Perbulan.....	59
Gambar 7. Pie Chart Kategorisasi Faktor Internal Kategori Makanan Pokok	62
Gambar 8. Pie Chart Kategorisasi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Pokok	65
Gambar 9. Pie Chart Kategorisasi Aspek Psikologis Kategori Makanan Pokok	67
Gambar 10. Pie Chart Kategorisasi Faktor Internal Kategori Makanan Sepingguan.....	70
Gambar 11. Pie Chart Kategorisasi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Sepingguan.....	73
Gambar 12. Pie Chart Kategorisasi Aspek Psikologis Kategori Makanan Sepingguan	75
Gambar 13. Pie Chart Kategorisasi Faktor Internal Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	78
Gambar 14. Pie Chart Kategorisasi Aspek Fisiologis Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	81
Gambar 15. Pie Chart Kategorisasi Aspek Psikologis Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	84
Gambar 16. Pie Chart Kategorisasi Faktor Internal Kategori Minuman	86
Gambar 17. Pie Chart Kategorisasi Aspek Fisiologis Kategori Minuman	89
Gambar 18. Pie Chart Kategorisasi Aspek Psikologis Minuman	92
Gambar 19. Pie Chart Kategorisasi Faktor Eksternal Kategori Makanan Pokok	94
Gambar 20. Pie Chart Kategorisasi Aspek Keluarga Kategori Makanan Pokok	97
Gambar 21. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kelas sosial Kategori Makanan Pokok	100
Gambar 22. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Pokok	102
Gambar 23. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Pokok.....	105
Gambar 24. Pie Chart Kategorisasi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Makanan Pokok.....	107
Gambar 25. Pie Chart Kategorisasi Faktor Eksternal Kategori Makanan Sepingguan.....	110

Gambar 26. Pie Chart Kategorisasi Aspek Keluarga Kategori Makanan Sepinggan.....	113
Gambar 27. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kelas sosial Kategori Makanan Sepinggan.....	115
Gambar 28. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Sepinggan.....	118
Gambar 29. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Sepinggan.....	120
Gambar 30. Pie Chart Kategorisasi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Makanan Sepinggan.....	123
Gambar 31. Pie Chart Kategorisasi Faktor Eksternal Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	125
Gambar 32. Pie Chart Kategorisasi Aspek Keluarga Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	128
Gambar 33. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kelas sosial Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	131
Gambar 34. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kebudayaan Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	133
Gambar 35. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kelompok Referensi Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	136
Gambar 36. Pie Chart Kategorisasi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Makanan Jajanan dan Kudapan	139
Gambar 37. Pie Chart Kategorisasi Faktor Eksternal Kategori Minuman.....	141
Gambar 38. Pie Chart Kategorisasi Aspek Keluarga Kategori Minuman	144
Gambar 39. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kelas sosial Kategori Minuman	147
Gambar 40. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kebudayaan Kategori Minuman	149
Gambar 41. Pie Chart Kategorisasi Aspek Kelompok Referensi Kategori Minuman	152
Gambar 42. Pie Chart Kategorisasi Aspek Karakteristik Sensorik Kategori Minuman	154
Gambar 43. Tenda minuman	187
Gambar 44. Tenda makanan pokok	187
Gambar 45. Tenda jajanan	187
Gambar 46. Tenda makanan sepinggan	187
Gambar 47. Suasana pasar kaget	187
Gambar 48. Responden mengisi angket.....	187
Gambar 49. Responden mengisi angket	187
Gambar 50. Responden mengisi angket.....	187

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Validasi Instrumen.....	164
Lampiran 2. Surat Pernyataan Validasi Instrumen	165
Lampiran 3. Hasil Validasi Instrumen	166
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian	167
Lampiran 5. Instrumen Penelitian.....	173
Lampiran 6. Tabulasi Data Responden	176
Lampiran 7. Output Data Statistik	186
Lampiran 8. Perhitungan Seluruh Data.....	190
Lampiran 9. Dokumentasi Pengambilan Data Penelitian	192